

LE GUIDE DU REFERENCEMENT (SEO) POUR VOTRE SITE WEB , de A à Z

Définition, Principes de base

1- Les mots clés

2- Le nom de domaine (les choses à faire chez votre Hébergeur)

2.1 Structure du nom

2.2 HTTPS , Sécurité, nouvelles règles

2.3 Inscrire son nom de domaine dans Google Search Console

3- La structure de votre site Web (les choses à faire dans votre espace Wordpress)

3.1 Autoriser l'indexation par les moteurs de recherche

3.2 Régler les Permalien

3.3 Les indispensables pour chaque Page ou Article

4- La vitesse de votre site

4.1 Optimiser ses Images et médias Wordpress

4.2 Limiter le nombre d'images que vous publiez sur vos pages

4.3 Installer une extension de « Cache »

4.4 Limiter le nombre d'Extensions Wordpress sur votre site

4.5 Limiter les Scripts externes

4.6 Utiliser une offre d'hébergement Supérieure

4.7 Utiliser un CDN

4.8 Mesurer la Vitesse de votre site

5- Le contenu, le partage et la publicité

5.1 Créer du contenu de qualité en Quantité

5.2 Partager son Expertise, son Contenu

5.3 Faire de la Publicité

Définition, Principes de base :

Le terme « **référencement** » (en anglais S.E.O pour « Search Engine Optimization », traduisez Optimisation pour les moteurs de recherche) désigne l'ensemble des techniques permettant d'améliorer la visibilité d'un site web, à savoir le positionnement des pages d'un site en bonne place dans les pages de résultats pour certains mots-clés.

Toute la difficulté de l'exercice ne réside pas tant dans la promotion du site auprès des moteurs de recherche que dans la structuration du contenu et le maillage interne et externe pour fournir une bonne expérience à l'utilisateur et faire progresser la page dans les résultats sur des mots-clés préalablement choisis.

En effet une majorité d'internautes utilise les moteurs de recherche afin de trouver de l'information et interroge à ce titre un moteur de recherche à l'aide de mots clés (en anglais « keywords »). Il est donc essentiel avant tout chose de **se préoccuper du contenu** que l'on souhaite proposer afin de répondre au mieux aux attentes des internautes et d'identifier les mots-clés qu'ils sont susceptibles de saisir.

Pour imaginer, il est intéressant de voir Google comme un **Robot aveugle** : règle de base à toujours avoir en tête quand vous voulez savoir comment être bien classé par Google. Il peut donc seulement interpréter du texte sur votre site web et dire si oui ou non votre contenu est en rapport avec ce qu'un utilisateur recherche quand il tape une phrase dans Google (pas d'émotions pour le robot).

Pour cela il scanne tous les sites web existants (dont le votre) et fait un classement en fonction de ce qu'il a analysé, de façon binaire.

On peut donc imaginer que dans votre site web, plus il est écrit des mots en rapport avec la question posée par quelqu'un, plus Google va dire : « ce site a l'air **complet et précis** donc je le met en N°1 dans les résultats de recherche »

C'est donc du **bon sens** surtout en matière de SEO et quelques règles simples à comprendre avec les outils expliqués ici. Commençons !

1- Les mots clés

Ici le but du jeu est de vous aider à **faire une liste de mots** qui seront recherchés par les utilisateurs sur internet (on les appelle « mots clés »). Les mots sélectionnés pourront ensuite être placés dans le contenu de votre site internet (pages, articles, images) pour donner de la valeur à votre domaine d'activité et pour qu'une personne qui fait une recherche pour un produit ou un service sur Google puisse plus facilement trouver votre site sur Internet.

1.1 Les mots clés utilisés dans la rédaction de vos pages et articles **doivent être en rapport avec votre domaine d'expertise.**

On utilise pour cela Google et d'autres outils pour définir les mots les plus recherchés sur internet par vos clients.

1.2 Vous devez **utiliser un champ lexical varié** dans vos contenus pour prendre en compte un plus grand nombre de recherches faites par les internautes, donc utiliser des synonymes de ces mots clés.

Vous allez donc toucher plus de monde car on utilise pas toutes et tous les mêmes expressions / mots à chaque recherche Google (tout le monde est différent mais on utilise quand même souvent les mêmes expressions).

1.3 **Pensez à vous spécialiser** en incluant des détails, de la précision sur votre activité, vos produits / services car il y a beaucoup de concurrence pour être en 1^e page de Google pour un seul mot ou 2 mots clés, mais il y a moins de contenu / concurrence sur le web quand on tape une phrase plus précise.

On utilise pour cela des mots clés / phrases à « longue traine » (ex : coaching pour entrepreneurs débutants à Montréal », au lieu de classiquement « coaching Montréal »). Utilisez votre spécificité, zone géographique, etc pour vous différencier.

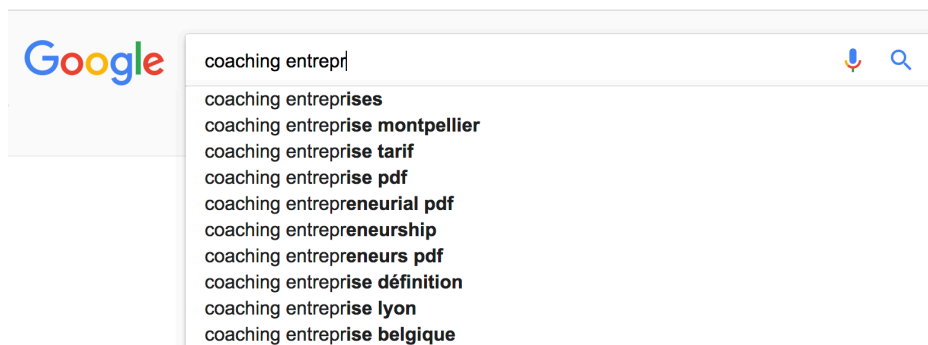
1.4 **La recherche vocale** : pensez que de plus en plus de personnes recherchent des services / informations en utilisant la fonction « vocale » de leur téléphone (Siri, etc) et on ne prononce pas les même mots dans Google quand on parle que quand on tape au clavier.

Donc il faut aussi réfléchir à utiliser des variantes de phrases dans votre contenu qui seraient dictées oralement.

1.5 Les outils pour rechercher des mots clés :

Les outils présentés ici sont gratuits et simples, il en existe une multitude d'autres sur internet. Vous pouvez en utiliser un seul ou bien comparer les résultats proposés par plusieurs d'entre-eux, à la carte.

- **Le moteur de recherche Google :** tapez un mot et regarder les propositions qu'il suggère. Ce sont les mots les plus couramment recherchés.



En plus, en bas de page, vous avez 8 autres **recherches associées** avec des mots / expressions données par Google et donc facile à exploiter dans votre page de présentation, vos articles thématiques, etc. :

Recherches associées à coaching entreprises

coach d'affaires québec	coaching montreal
coach démarrage entreprise	formation en coaching professionnel
coach affaires	formation coaching
coach d affaires montreal	coach en entreprise formation



- **Google Keyword planner** : outil gratuit de Google (pas besoin de faire de publicité payante pour y avoir accès, il faut juste créer un compte Google ads). On tape un ou plusieurs mots dans cet outil et il vous donne les expressions de recherches les plus fréquentes ; Idéal pour sélectionner une liste de mots clés en lien avec votre domaine. Le plus intéressant est de classer les résultats donnés par : « **nombre de recherches mensuelles** » et ensuite par « **concurrence** » et privilégier les mots les plus recherchés et avec la concurrence la plus faible. dans votre espace Google Ads, allez dans « Outils » / Outil de planification des mots clés / Rechercher de nouveaux mots clés :

Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)	État
<input type="checkbox"/> coaching	1 k – 10 k	Faible	–	0,92 \$	2,30 \$	
<input type="checkbox"/> coaching individuel	10 – 100	Faible	–	–	–	
<input type="checkbox"/> coaching integral	10 – 100	Faible	–	–	–	
<input type="checkbox"/> formation coaching	1 k – 10 k	Élevé	–	2,47 \$	8,86 \$	
<input type="checkbox"/> coaching professi...	1 k – 10 k	Moyen	–	1,82 \$	4,85 \$	
<input type="checkbox"/> coach personnel	1 k – 10 k	Moyen	–	1,21 \$	3,79 \$	
<input type="checkbox"/> coaching online	10 – 100	Faible	–	0,77 \$	1,83 \$	
<input type="checkbox"/> coach de vie	1 k – 10 k	Moyen	–	1,18 \$	3,45 \$	
<input type="checkbox"/> leadership coaching	100 – 1 k	Moyen	–	2,29 \$	6,58 \$	

- **Keyword Shitter** : outil gratuit qui vous donne rapidement une grande liste de synonymes ou expressions associée avec le mot de base tapé dans l'outil



- **Sem rush** : outil plus avancé de SEO avec beaucoup de détails. Une version de base gratuite permet de récolter de nombreuses informations. A utiliser si vous êtes déjà bien avancé dans votre référencement, sinon les outils ci-dessus sont bien suffisants

2- Le nom de domaine (les choses à faire chez votre hébergeur)

2.1 Structure du nom

Votre nom de domaine doit être dans l'idéal : **prononçable, court, intuitif**

Il faut limiter l'usage des tirets entre les mots car cela a longtemps été associé avec des sites de mauvaise qualité qui tentent de tricher en mettant une succession de mots clés pour attirer du monde et ensuite proposer de la publicité sans contenu de grande valeur. On préfère cliquer sur un site avec une vraie image de marque que sur un groupe de mots douteux.

Exemple, pour un site qui propose des pâtes alimentaires en ligne, on choisira davantage un nom de domaine comme « Gustoshop » que « acheter-pates-en-ligne-pas-cher »

Le nom de domaine n'est pas le plus important en SEO puisque ce sont seulement quelques mots et Google va privilégier **les mots clés contenus dans vos articles et pages** pour vérifier que ça correspond bien avec ce que l'utilisateur recherche. Par exemple le site de vente « Amazon » vend de nombreux produits et est bien référencé, pourtant son nom de domaine n'indique rien de tout ça. Mais le contenu à l'intérieur du site oui !

2.2 HTTPS , Sécurité, nouvelles règles

Depuis juillet 2018, Google a annoncé qu'il mettrait davantage en avant les sites qui possèdent un certificat de sécurité SSL, donc avec un système en HTTPS devant le nom de leur domaine contre HTTP comme norme avant sur le web.



 <https://martinlatulippe.ca>



Plus d'information sur le HTTPS ici : <https://support.google.com/webmasters/answer/6073543?hl=fr>

Il y a 3 avantages à avoir un site HTTPS :

- votre site sera **mieux référencé** par Google
- vous pourrez proposer des produits / services en vente avec **finalisation du paiement directement sur votre site** (au lieu que le client soit emmené sur le site de PayPal, Stripe ou autre système de paiement)
- les internautes qui visitent votre site n'auront pas de message dans leur navigateur de type « Non sécurisé ou Dangereux » (voir : <https://support.google.com/chrome/answer/95617?hl=fr>) , donc une **meilleure image de marque**

Le HTTPS est indépendant du nom de domaine, donc on achète un nom de domaine et ensuite on peut acheter et activer un certificat de sécurité (c'est l'hébergeur qui le propose donc à voir dans votre espace client). C'est une option payante chaque année chez GoDaddy et gratuite chez OVH.

Une fois le certificat activé pour votre domaine chez votre hébergeur, il faut modifier dans les « Réglages » Wordpress l'adresse de votre domaine en remplaçant le HTTP par HTTPS. Ensuite on peut utiliser une extension gratuite Wordpress à installer et activer : « Really simple SSL) qui va s'occuper de rediriger les pages de votre site, les images, etc en HTTPS. Pas de réglages supplémentaires, il faut juste garder le plugin activé sur votre site tout le temps. Vous aurez maintenant un HTTPS qui s'affichera en haut dans la barre du navigateur et un cadenas.

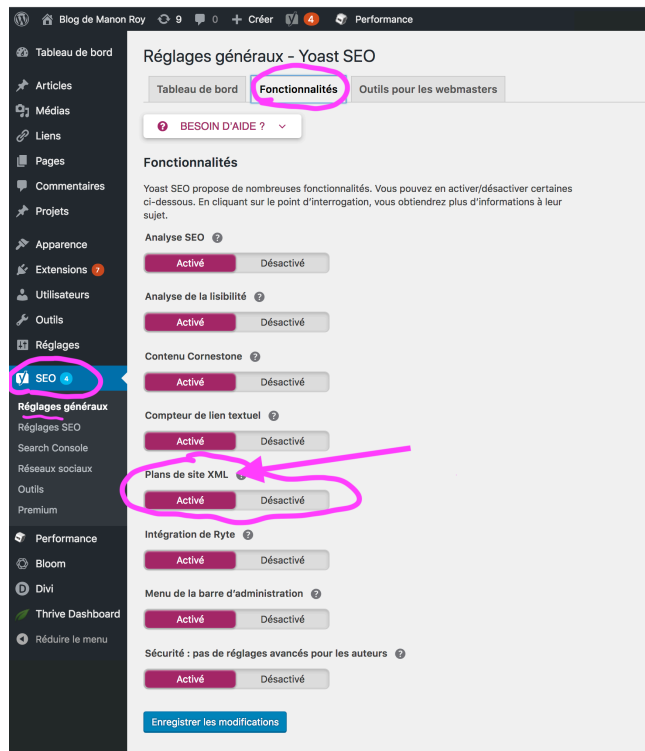
2.3 Inscrire son nom de domaine dans Google Search Console

Google propose un outil gratuit « **Google search console** » qui vous permet d'inscrire votre site internet dans sa base pour lui indiquer que votre site est créé et actif et donc faciliter son référencement. Vous aurez simplement à vérifier que vous êtes le propriétaire du site en plaçant un code sur votre site web.

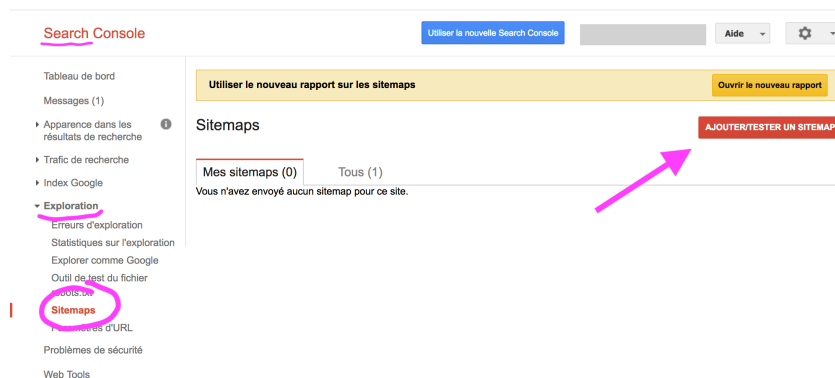
Vous pouvez également ajouter dans votre espace Google search console ce qu'on appelle un « **Sitemap XML** » : il s'agit simplement d'un fichier qui représente le plan de votre site. Cela va aider donc google a bien comprendre comment votre site est structuré. **2 étapes :**

- Générer ce fichier sitemap.xml sur votre Wordpress : si vous utilisez l'extension gratuite Wordpress « Yoast SEO », il faut simplement vérifier que la case est activée dans les

paramètres de ce plugin et ensuite il va générer le fichier tout seul (rien à télécharger, c'est déjà dans la base de donnée de votre site) :



- Une fois le fichier créé pour votre site, il faut aller **inscrire le lien vers ce fichier** dans votre espace « Google Search Console ». Sélectionner votre nom de domaine et dans la colonne de gauche dans « Exploration », cliquer sur « Sitemaps ». Ensuite cliquer sur le bouton rouge « ajouter / tester un Sitemap » et rentrer ceci dans la case (devant votre nom de domaine qui sera prérempli) : `sitemap_index.xml`



Enregistrer et c'est fait ! Vous pouvez vérifier l'existence du fichier sitemap sur votre Wordpress en tapant dans votre navigateur :

https://votrenomdedomaine/sitemap_index.xml (remplacer simplement <https://votrenomdedomaine> par le nom réel de votre site)

3- La structure de votre site Web (les choses à faire dans votre espace Wordpress)

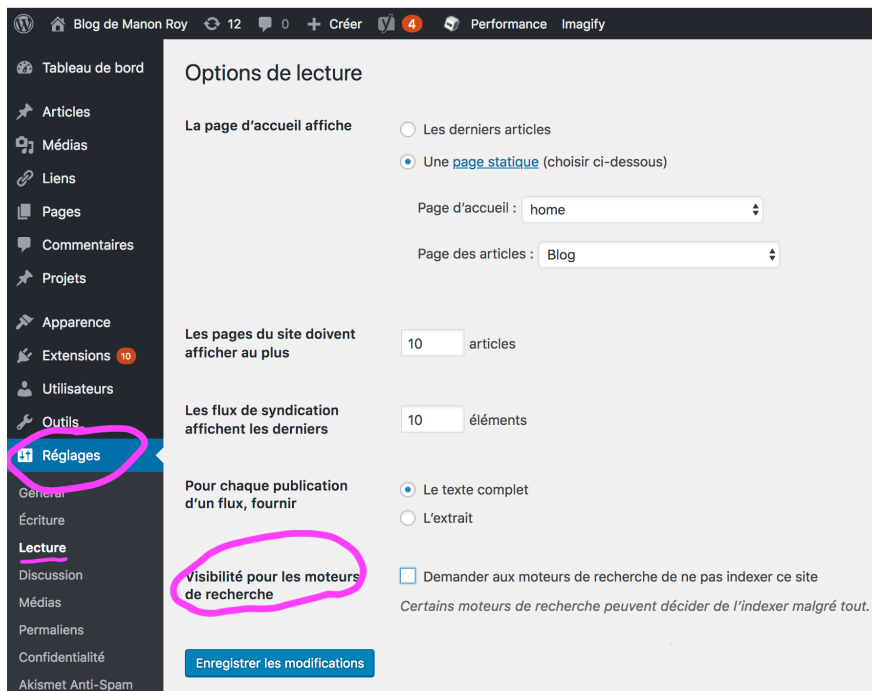
Une fois ces réglages effectués au niveau de votre nom de domaine pour optimiser votre référencement Google, vous pouvez passer à la partie optimisation du contenu de votre site web, dans Wordpress.

3.1 Autoriser l'indexation par les moteurs de recherche

Cela veut dire : j'autorise que les pages de mon site internet soient scannées par Google ou autre moteur de recherche, donc c'est comme si on vous demandait l'autorisation pour utiliser les données de votre site pour les proposer dans les résultats de recherche sur internet.

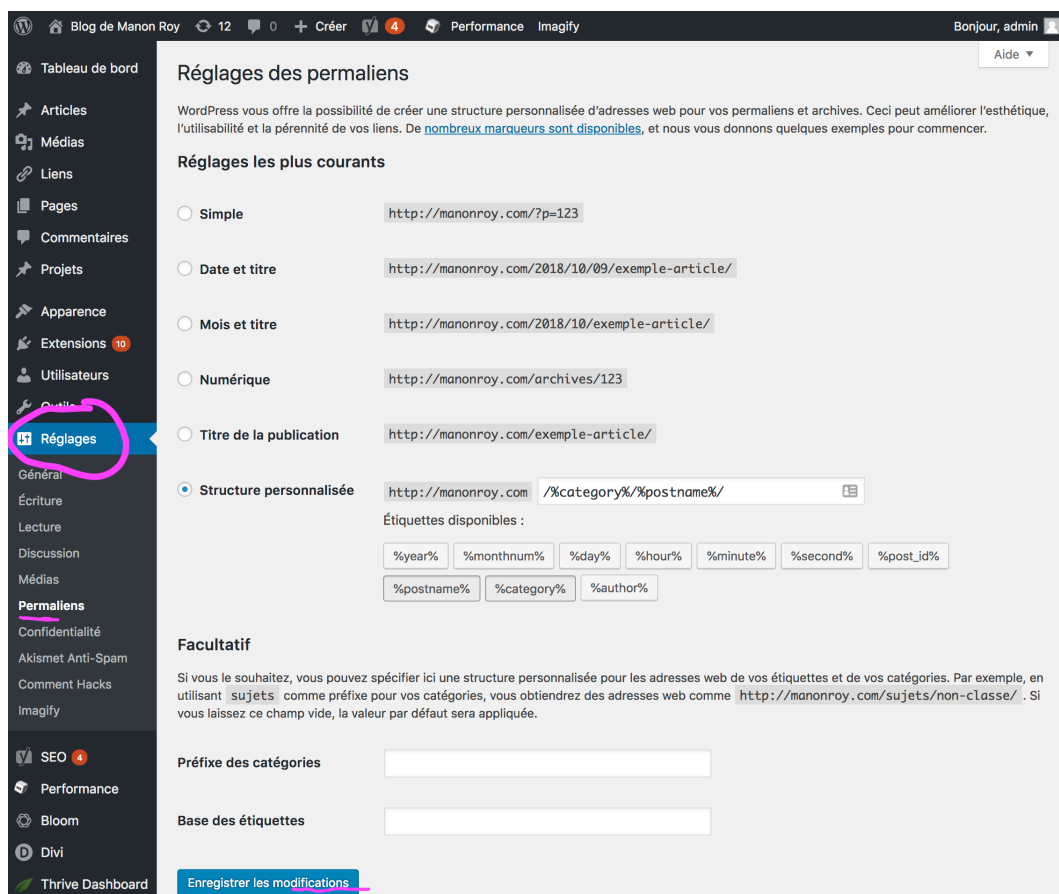
Sans cela vous pouvez avoir un site accessible sur le web mais seulement aux personnes qui vont taper directement l'adresse de votre site dans le navigateur, sans passer par Google ou autre moteur de recherche.

Mais comme vous voulez être dans **l'annuaire géant Google**, il faut autoriser cela. Ça se passe dans les « réglages » de Wordpress, choisir « lecture » et Décocher la case « Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site » si elle est active.



3.2 Régler les Permalien

Il s'agit de préciser la façon dont vous voulez que **les noms de vos pages apparaissent dans le navigateur** des internautes et aussi faciliter le travail à Google en utilisant une structure simple et intuitive (choisir un réglage avec des mots plutôt que des chiffres ou autres symboles sans sens pour un robot qui fait ce travail là). Par exemple en général on choisit : nomdedomaine/nomdelapage (ici c'est le réglage « titre de la publication »), mais on peut aussi choisir si on des articles classés en catégories un affichage de type : nomdedomaine/catégorie/nomdelapage (réglage « structure personnalisée » comme sur l'image ci-dessous)



Exemple, ceci : <https://martinlatulippe.ca/contactez-nous> est plus clair pour les moteurs de recherche, que : <https://martinlatulippe.ca/&ft/5678/contactez-nous>

3.3 Les indispensables pour chaque Page ou Article

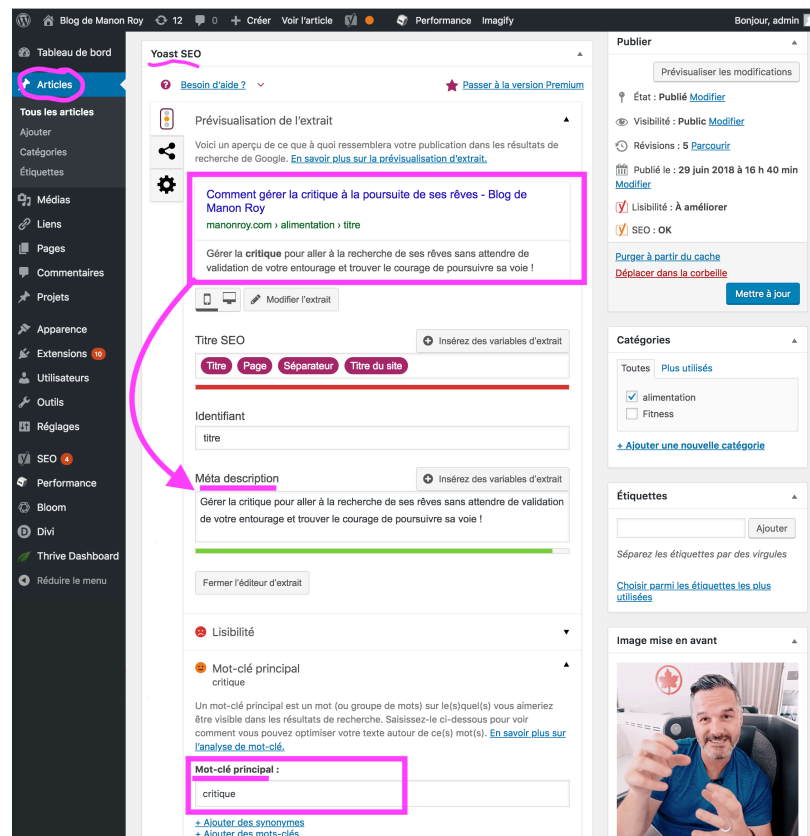
Lorsque vous rédigez un nouvel article ou créez une nouvelle Page, il faut respecter certaines règles pour maximiser vos chances que Google comprenne votre contenu, parler la langue non pas de Shakespeare mais des Robots (en fait un mélange des deux pour être au Top).

Pour la partie « langue des robots », il faut :

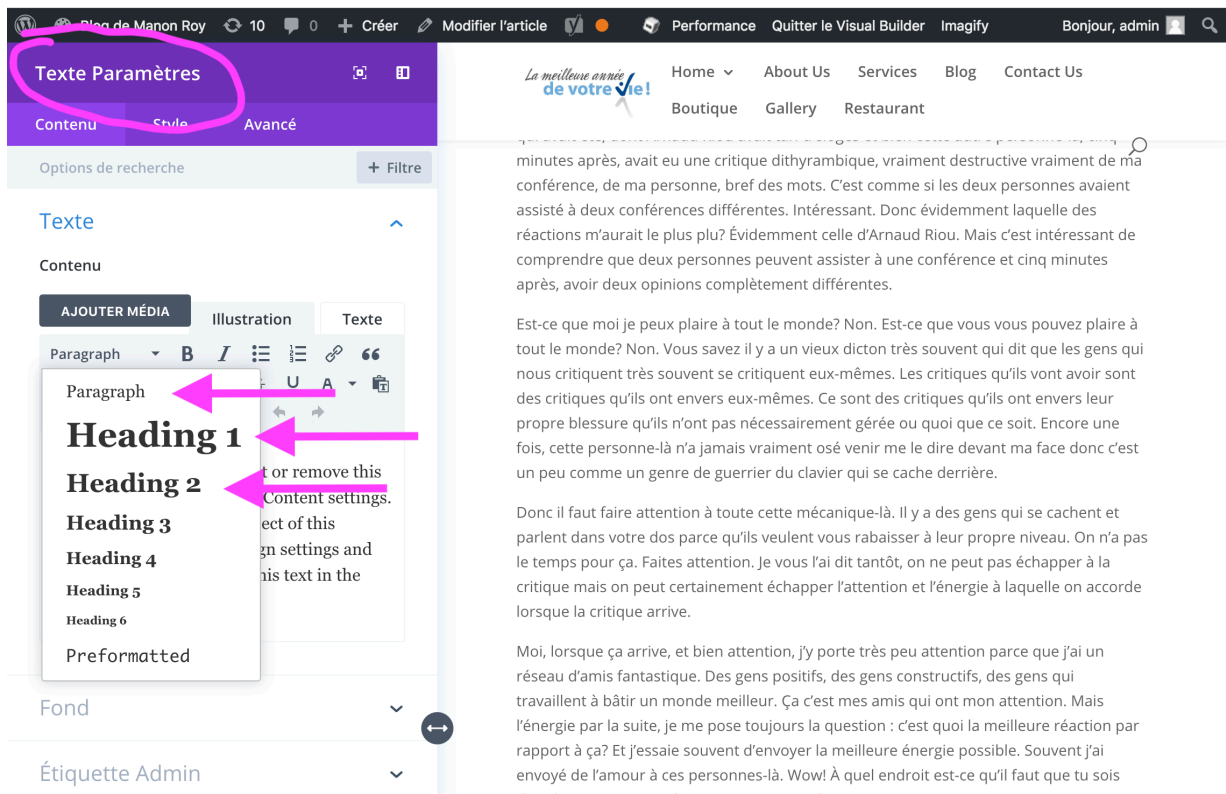
- **Un titre de Page ou Article** avec des mots clés principaux pour facilement identifier quel est le sujet principal. Une longueur de moins de 70 caractères est préconisée pour un meilleur référencement :



- **Méta description Google** : pour chaque page et article , en utilisant l'extension gratuite Yoast SEO, vous pouvez (devriez) définir ce que vous voulez voir s'afficher dans les résultats de recherche Google. Vous pouvez donc écrire un résumé spécifique de 155 caractères avec toujours vos mots clés principaux dedans. Yoast vous propose aussi d'inscrire un mot clé principal pour la page. Vous pouvez entrer ces informations après avoir installer et activer l'extension YOAST Seo, en allant dans « Pages » de Wordpress et en choisissant la page à optimiser (<https://yoast.com/meta-descriptions/>)



- A l'intérieur d'un article ou page : **utilisez des Titres** ("Heading » en anglais) **H1, sous titres H2** au lieu de simplement tout écrire du texte en format standard « paragraphe » dans vos articles quand vous éditez avec Wordpress, Divi builder ou Thrive Architect. Car Google va donner plus d'importance aux mots clés d'un TITRE que d'un paragraphe car c'est la seule façon qu'il a (le format que vous indiquez dans votre éditeur) pour différencier ce qui est principal de ce qui est secondaire. On lui facilite la tâche encore avec cette méthode :

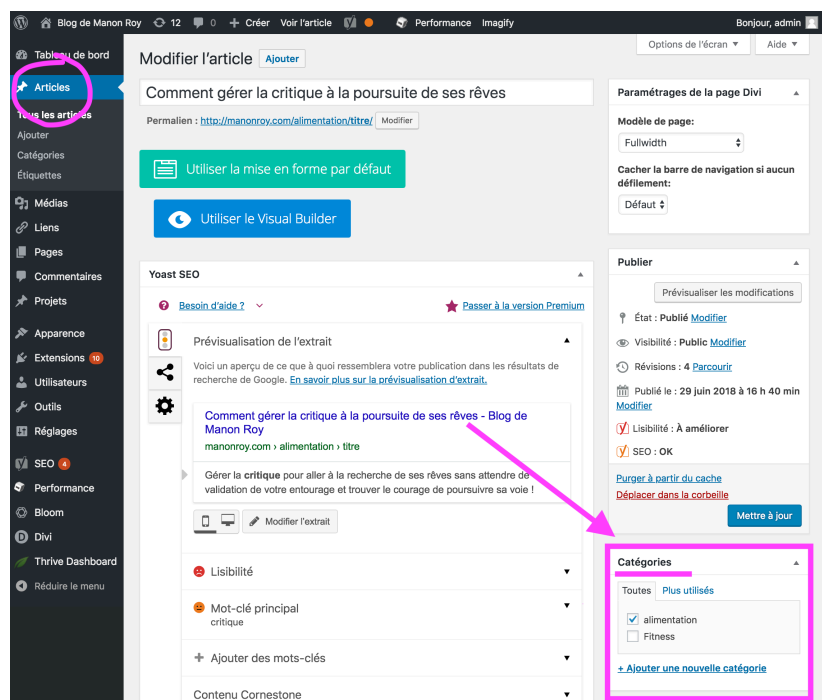


- **Traduire vos images, médias en texte** : Google va utiliser le texte de vos médias pour comprendre de quoi il s'agit car il a du mal à lire une image. Donc très important, pensez à chaque fois que vous mettez un média dans votre bibliothèque Wordpress ou dans un article, à utiliser **un nom de fichier clair avec les mots clés** qui décrivent au mieux le média. Par exemple un nom comme « logo martin latulippe » sera mieux que « IMG1200045 ». Cela doit être fait à trois endroits : **1-** sur votre ordinateur avant de mettre en ligne le fichier (car cela n'est plus modifiable dans Wordpress), **2-** dans le Titre de votre image (bibliothèque Média Wordpress, modifiable à tout moment), **3-** et (toujours dans la bibliothèque WP) entrez le même nom dans la case « texte alternatif » (il s'agit de ce que Google utilise pour décrire aux aveugles le contenu de votre article en audio car il n'a que cette possibilité pour décrire l'image à ces personnes). Les cases « Légende » et « Description » ne sont pas indispensables.



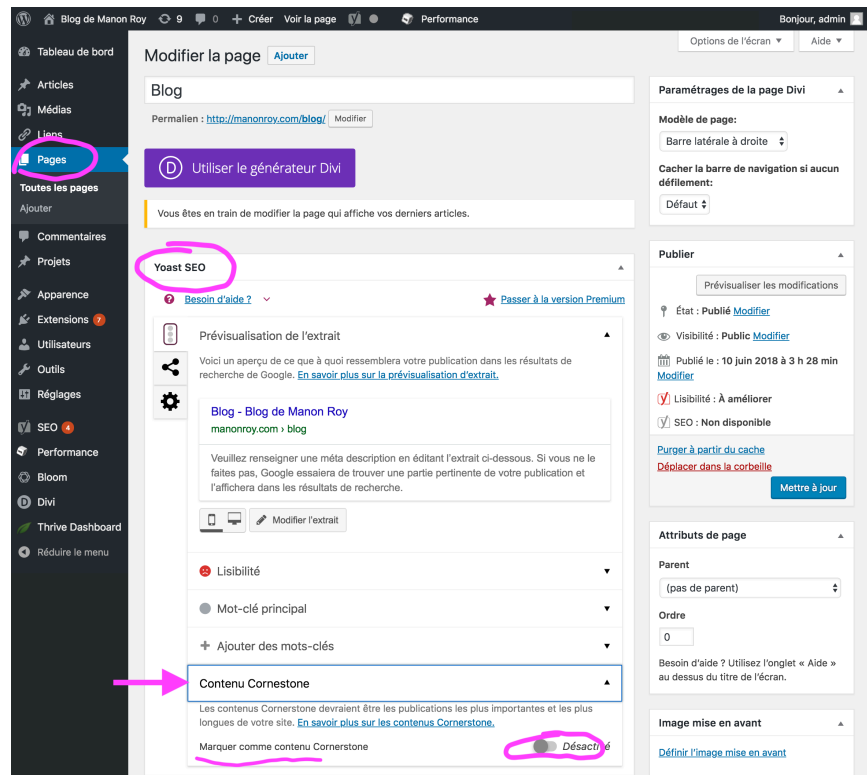
- Placer dans vos articles un maximum de mots clés en lien avec votre domaine d'expertise et recherchés par les utilisateurs sur le web. Utiliser ici des synonymes, des exemples, etc.
- Pensez à écrire **des articles longs** (+600 mots) car imaginez Google qui doit choisir entre votre article de 4 paragraphes et un autre site qui propose la même chose (on considère que les mots clés sont les mêmes dans les 2 sites pour l'exemple) mais avec 15 paragraphes : il va se dire « il semble y avoir plus de contenu pour répondre à la question de l'internaute dans le site de 15 paragraphes, je le met devant »

- Quand on crée un article, on a la possibilité de le placer dans une **Catégorie** (colonne de droite de l'éditeur Wordpress). C'est une bonne idée de structurer le contenu de votre site car il sera plus simple à lire pour les robots donc encore une fois vous simplifier la tâche à Google donc il vous trouve plus charmant et vous met en avant



- **Le maillage interne** : il faut qu'il y ai des liens dans chaque article ou page de votre site qui redirigent vers une autre page ou un autre article de votre site. Encore une fois, c'est très profitable pour le lecteur qui va mieux s'y retrouver et avoir envie de passer plus de temps sur votre site. Si le visiteur quitte votre site rapidement cela peut signifier que le contenu n'est pas si intéressant et donc donner l'information à Google qui va le noter en mémoire quand il va s'agir de re-proposer de diriger un internaute vers votre site web. Egalement cela améliore la **structure de votre site** car Google va comprendre que (vous êtes quelqu'un comme lui, bien organisé) cette page est en relation avec cette autre et donc vous lui mâchez le travail encore une fois, c'est plus clair pour

lui, plus simple, il vous aime bien...il vous référence mieux ! Toujours le même schéma. Vous pouvez aussi en plus définir le contenu le plus important, central de votre site en choisissant si une page est « centrale » avec l'extension Yoast SEO : quand vous êtes sur une page ou article Wordpress, il y a une case « **contenu Cornerstone** » qui, si elle est cochée, va indiquer que cette page a une plus grande importance sur votre site.



- **Site responsive** : votre site internet, donc vos pages, articles doivent être adaptées pour les appareils mobiles tablettes et smartphones car cela a un impact sur Google qui va dire : « **un utilisateur sur son téléphone demande une information ? ce site donne l'information et ses pages sont bien structurées, lisibles sur ce type d'appareil donc je l'envoi vers ce site là et pas celui du voisin qui n'est pas très adapté** ». Vous pouvez avoir un site adapté en utilisant un thème comme Divi ou autre qui prend en compte l'affichage sur ces supports et aussi augmenter la qualité pour l'utilisateur en présentant différemment les pages « Ordinateur » des pages « tablettes » ou « smartphone ». Par exemple cela peut se faire avec Divi builder ou Thrive Architect qui proposent tout les deux de modifier chaque page de votre site en fonction de ces 3 types d'affichage. On peut par exemple simplifier le contenu pour une page smartphone en disant « ne pas afficher cette section si l'utilisateur consulte cette page avec son téléphone » ou « remplacer cette section avec beaucoup de texte par une icône si il

est sur téléphone ». cela demande plus de travail car c'est comme si on faisait presque 3 sites en 1 mais c'est une clé pour être N°1 dans le référencement. Par ailleurs si le site est plus agréable, votre site sera mieux perçu au niveau qualité et les utilisateurs vont revenir : c'est un cercle vertueux

Une fois toutes ces étapes bien intégrées - il faut mieux le faire dès la création de son site et au fur et à mesure car cela évite de revenir sur tout le contenu de votre site web d'un coup, mais sachez que cela peut être fait à tout moment - vous avez toutes les informations pratiques et dans l'ordre pour avoir un référencement au TOP à chaque fois que vous créez une page ou rédigez un article. Vous pouvez aussi **tester votre site web** avec cet outil gratuit pour voir si votre contenu est bien optimisé, et si non, que changer ? : <https://spotibo.com>

Dernier point d'importance, nous avons vu la partie « Robot » de la rédaction d'un article ou une page de votre site : cela permet d'être bien positionné dans les résultats de recherche Google quand une personne vient pour la 1e fois sur votre site par exemple ou ne vous connaît pas. Mais un autre point à noter c'est, outre la qualité des mots clés, le style de rédaction que vous utilisez.

Et cette partie, **le Copywriting** (à ne pas confondre avec le « copyrighting » plus juridique), va déterminer si vos visiteurs vont avoir envie de revenir sur votre site donc il faut dans l'idéal mixer les mots clés et une structure, avec de la simplicité d'écriture, quelque chose d'agréable à lire et qui donne envie d'être dévoré. Ainsi vous allez : **1- Capter des visiteurs** avec l'écriture « Robot » et **2- Les faire revenir** avec votre propre style (moins compris par Google lui :)

Maintenant il y a un autre critère parallèle (et très important également) qui va intervenir quand Google choisit qui il place en 1er dans ses résultats : **La Vitesse de chargement de vos pages**

4- La vitesse de votre site

Oui, Google veut que le monde aille vite et pour cela il dicte ses règles, comme quand il a décidé qu'il voulait un Web plus sécurisé en poussant tout le monde à avoir un site HTTPS.

Plus les internautes pourront obtenir l'information rapidement, plus votre site sera mis en avant. Le critère des mots clés et de la structure du contenu vu dans les étapes précédentes restent plus importants évidemment car il serait un peu étrange d'avoir un site très rapide mais sans contenu de valeur placé devant un autre site très lent mais avec beaucoup de contenu de qualité et qui répond aux questions. Donc il faut se dire que « à contenu équivalent entre 2 sites », donc avec les mêmes mots clés, etc : un site qui répond plus vite à la question sera favorisé. Et comme cela arrive de plus en plus sur internet car la quantité de contenu augmente très vite, la vitesse est un peu ce qui va disqualifier un concurrent.

Donc la question est : **comment est ce qu'on rend son site internet plus rapide ?**

4.1 Optimiser ses Images et médias Wordpress

- **Réduire la taille** (en pixels « Px ») **et le poids** (en Ko_kilo octets ou Mo) de ses fichiers quand on les publie sur des articles ou pages : **c'est l'ennemi public N°1 de tous les sites internet**, ce qui ralentit le plus un site web.

Il faut donc utiliser un outil pour vous aider à le faire sans perdre trop de qualité non plus. il y a 2 façons de faire :

- soit depuis votre ordinateur, donc **avant de mettre le fichier en ligne** dans votre bibliothèque de médias Wordpress. Vous pouvez utiliser cet outil gratuit en ligne (<https://www.iloveimg.com/fr>). Il faut commencer par le module "redimensionner l'image" : glisser l'image de base et choisir le nombre de pixel en largeur. Pour une image grande en background on peut mettre largeur 1920 px pour une bonne qualité (il va ajuster tout seul la hauteur). Ensuite, on télécharge l'image redimensionnée et on la glisse dans le module « compresser ». l'outil va maintenant réduire le poids automatiquement en préservant la qualité au maximum (au moins 70% de réduction !). Notre image est prête et on peut maintenant placer cette image dans ses médias Wordpress donc dans son article ou page. En Poids d'image, l'idée est d'être le plus bas possible évidemment : autour de 100 Ko-300 Ko pour une image pleine largeur (background) et pour les autres images du blog (qui ne prennent pas toute la largeur de l'écran), plus petites 30 Ko-60 Ko

Avantage de cette méthode : vous n'avez pas besoin d'installer d'extension Wordpress qui va alourdir votre site web. Votre site sera donc plus rapide.

Inconvénient : il faut une étape supplémentaire avant d'utiliser ses images optimisées sur son Wordpress. Vous pouvez cependant avec cet outil là Optimiser plusieurs images d'un coup (pas une par une).

- **soit en utilisant une extension** à installer sur son Wordpress et qui va automatiquement redimensionner et compresser vos images quand vous les importez dans votre bibliothèque de médias. Il y a par exemple « Imagify » expliqué dans l'AZ Module 5 « extensions ... ». il faut bien penser à choisir un mode de compression et surtout de choisir une dimension de largeur maximum en Pixel pour le redimensionnement.

Avantage : Les nouvelles images sont directement optimisées quand vous ajouter un nouveau média dans Wordpress

Inconvénient : Cela oblige à installer une extension de plus sur votre Wordpress et donc cela peut ralentir un peu votre site internet. Aussi il peut être impossible de redimensionner (la taille donc en Pixels) des images déjà présentes sur votre site

Note : Si vous avez déjà des Images non optimisées sur votre site web, il faudrait commencer par les supprimer et les remettre en utilisant une des 2 méthodes présentées ici

4.2 Limiter le nombre d'images que vous publiez sur vos pages

Plus il y aura d'images, même optimisées et **plus votre site sera lourd** donc privilégiez le texte. Evidemment si vous avez un site de Photographie, on ne peut pas non plus dire qu'on ne va pas mettre d'images juste pour que le site aille plus vite : un site de photographie nécessite des images et sera en concurrence dans Google avec d'autres sites avec des images donc on doit comparer ce qui est comparable !

4.3 Installer une extension de « Cache »

Après l'optimisation des images, **c'est ce qui va le plus accélérer la vitesse de votre site** (c'est même indispensable !). Un plugin de mise en cache crée une version statique de votre site quand un visiteur vient dessus et sert cette version statique au visiteur la prochaine fois qu'il vient sur votre site Web. Grâce à cela, votre site charge plus rapidement pour vos visiteurs et Google adore cela. Vous pouvez retrouver le processus d'installation de « W3 Total cache dans le module 5 de l'AZ ».

Note : Important: quand vous utilisez une extension de cache et que vous faites des modifications sur une de vos pages, il faut penser à « **vider le cache** » après avoir enregistré vos modifications, c'est à dire à supprimer la vieille version de votre site en mémoire pour que vous puissiez (et surtout vos visiteurs) voir la page modifiée, à jour

4.4 Limiter le nombre d'Extensions Wordpress sur votre site

Que ce soit des extensions installées ou même activées, un trop grand nombre de plugins sur votre Wordpress vont **ralentir votre site** (et peuvent causer des incompatibilités qui engendrent des BUG sur votre site). C'est un des pièges de Wordpress, car il offre beaucoup de possibilités pour personnaliser votre site avec tout le catalogue de plugin gratuit à disposition, mais il est recommandé de ne pas en abuser pour que votre site soit **plus rapide et donc mieux référencé**.

Préférez donc des extensions dont vous ne pouvez pas vous passer en fonction de votre domaine d'activité (traduction, agenda, etc, plugins de sécurité du site...) ou des extensions qui regroupent plusieurs fonctionnalités (Thrive architect, Divi builder, etc) pour limiter trop de codes différents sur votre site web

4.5 Limiter les Scripts externes

Ce sont des codes qui sont placés sur votre site pour afficher une fonctionnalité (ex : page Facebook, Instagram, météo, etc). Ils doivent souvent afficher des données en temps réel et sont donc gourmands en ressources. Du point de vue expérience utilisateur c'est excellent mais pour le référencement Google cela vient un peu ralentir votre site, donc à utiliser avec parcimonie (on peut dans l'idéal décider d'afficher ces outils que sur certaines pages et désactiver les scripts sur les autres pages du site ; mais souvent cela demande d'utiliser une autre extension pour le faire, donc c'est un cercle sans fin :)

4.6 Utiliser une offre d'hébergement Supérieure

Vous pouvez choisir le type d'hébergement acheté et le prix dépend des caractéristiques techniques du serveur sur lequel votre site est hébergé (le « disque dur » où sont stockées vos données chez OVH ou GoDaddy ou autre). En général **pour débiter** un site simple on prend une offre de base sur un serveur « mutualisé » (comme un immeuble avec plusieurs appartements) : c'est moins cher mais aussi moins rapide. Donc si vous commencez à avoir beaucoup de visiteurs, il peut être judicieux d'investir dans une offre supérieure appelée hébergement sur « serveur dédié » (en gros c'est comme si votre site internet passait d'un hébergement en appartement vers une maison individuelle)

4.7 Utiliser un CDN

C.D.N (Content Delivery Network) : c'est une option payante qui est proposée par les hébergeurs (OVH, GoDaddy, etc.) et qui permet de délivrer plus rapidement votre site à un visiteur qui se trouve dans un autre pays par exemple. C'est utile si votre site web cible des visiteurs de plusieurs pays. Plus d'explications ici : <https://www.ovh.com/fr/cdn/avantages.xml>

4.8 Mesurer la Vitesse de votre site

Vous pouvez **tester gratuitement votre site internet** avec cet outil qui vous donnera une idée de ce qui est bon et de ce qui peut être amélioré : <https://gtmetrix.com> (regardez sur Google la signification des recommandations faites par l'outil pour chaque point principal)

Une fois la vitesse optimisée, il reste seulement quelques points à mentionner pour avoir un référencement optimum !

5- Le contenu, le partage et la publicité

5.1 Créer du contenu (de qualité) en Quantité

Nous avons vu qu'il était important d'avoir **des articles avec beaucoup de mots**, et bien il est aussi important d'avoir **un site avec beaucoup d'articles** pour avoir plus de possibilité d'être trouvé par Google.

Donc cela signifie **produire régulièrement des articles sur son Blog** en respectant les points SEO expliqué en 1e partie.

Pensez aussi que pour que votre contenu soit visible **il faut être patient** car si vous publiez un article, même complet et très bien optimisé il faut du temps aux robots du moteur de recherche pour parcourir et indexer votre site internet.

Et surtout parce que Google impose volontairement un délai pouvant s'étendre sur plusieurs semaines avant de répercuter les modifications d'un site dans ses résultats de recherche : ceci afin que les référenceurs et webmasters ne puissent pas identifier à coup sûr quelle modification impacte positivement ou négativement le classement d'un site.

Donc, cela peut prendre **plusieurs mois pour voir apparaitre votre bel article** sur un résultat Google, alors autant se mettre à écrire bien et le plus tôt possible le contenu de son site, non ?

5.2 Partager son Expertise, son Contenu

Si il est important d'avoir une belle structure interne de ses articles, une belle structure de son site avec des liens internes entre nos pages, il est également encore plus important pour se faire connaître de faire venir des internautes vers votre site.

Comment ? Dans l'ordre de simplicité : **1- En partageant l'adresse de votre site Web sur vos réseaux sociaux** (dans vos profils Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.) **2- En vous inscrivant dans des annuaires en ligne** si vous avez une activité locale (Google maps, Pages jaunes, Yelp, etc.) **3- En obtenant des liens Externes** vers votre site web : par exemple, en écrivant des articles invités sur le site d'autres personnes avec un lien vers votre site web. Cette dernière option est la plus profitable car Google va classer votre site en fonction de votre réputation donc il aime que quelqu'un vous recommande. Ensuite plus le site qui vous recommande est fiable auprès de Google, plus votre côte va monter !

5.3 Faire de la Publicité

On a parlé de **référencement gratuit** jusque là, mais il y a un lien qui peut être fait avec la **publicité payante** puisque le fait de payer pour commencer à avoir du trafic vers votre site va démarrer un cercle vertueux. En effet plus il va y avoir de requêtes vers votre site (de visites), plus votre site va avoir de notoriété si il est de qualité donc plus les internautes reviendront sans publicité et donc plus Google va valoriser sa mise en avant. Vous pouvez donc **accélérer votre processus de référencement** en faisant un peu de publicité (une fois que votre site est optimisé avec tous ces précédents conseils de préférence pour ne pas gaspiller votre argent). Pour cela il existe principalement la publicité Facebook qui va rediriger les clients vers votre site web ou encore la publicité Google Ads Words.

Voilà, vous avez maintenant **toutes les bases** (et plus !) pour optimiser votre SEO et **faire connaitre votre activité en ligne**, il ne reste plus qu'à appliquer progressivement tous ces éléments et en faire de bonnes habitudes pour évoluer durablement sur internet aux cotés de Google.

Bonne chance !